



## **PLANO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - PCS**

**MINERAÇÃO ATIBAIA LTDA.**

**JANEIRO 2023**

## SUMÁRIO

1. PLANO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	3
1.1 Apresentação e Justificativa	3
1.2 Objetivos Gerais	4
1.3 Público Alvo	5
1.4 Métodos e Descrição do Programa	6
1.5 Ações Previstas	9
1.6 Reuniões Com a Comunidade	11
1.7 Pesquisa de Percepção	11
1.8 Indicadores Ambientais	12
1.9 Monitoramento e Avaliação	13
1.10 Recursos Materiais e Humanos	14
1.10.1 Recursos Materiais	14
1.10.2 Recursos Humanos	14
1.10.3 Equipe Técnica	14
2. ANEXOS	15
2.1 Anexo 1 - Cronograma	15

## **1. PLANO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

### **1.1 Apresentação e Justificativa**

O Plano de Comunicação Social – PCS se faz necessário para o desenvolvimento das ações de Comunicação e Relacionamento com a população local, comércio, serviços, veranistas e turistas que frequentam o Bairro da Usina – Atibaia/SP.

No âmbito do licenciamento ambiental, o Plano de Comunicação Social apresenta como um de seus princípios a criação de um canal de comunicação entre o empreendimento e os públicos de interesse, visando garantir a difusão de informações básicas, imprimindo clareza e transparência sobre o andamento da implantação do empreendimento e as ações realizadas pelo empreendedor para mitigar e monitorar os impactos identificados.

A Represa da Usina encontra-se em processo de assoreamento avançado, utilizando-se a Carta do IBGE de 1978 e imagens atuais do google Earth, é possível notar esse avanço, com formação de ilhotas, além de grandes áreas de deposição de sedimentos. Nota-se em algumas áreas a formação de pântanos. A população local do Bairro da Usina aponta a falta de manutenção e limpeza da represa como destaque no diagnóstico realizado. Situação mais crítica é a enfrentada pelo Município de Atibaia, que sofre com enchentes constantes em razão do período de chuvas.

Identifica-se como pontos positivos do empreendimento o desassoreamento da Represa da Usina, cujo atributo é a redução dos impactos das enchentes no Município, além de contribuir com a Macrodrenagem da região, porque a represa poderá funcionar como um piscinão. Outros pontos positivos são identificados: A mineração contribui de forma positiva na comunidade local, fortalecendo a construção civil e trazendo menor preço do produto final; O desassoreamento viabiliza melhor utilização de embarcações; A retirada dos sedimentos proporciona maior oxigenação da água, aumentando a

sobrevivência da fauna local; Permite a utilização de áreas de lazer proporcionando o desenvolvimento do turismo na região; Aumento de emprego direto e indireto; Ao mesmo tempo, gera impostos, que revertem em serviços à comunidade, possibilitando que se dê continuidade a obras e projetos que visem melhorar as condições de vida, proporcionando bem estar à população em geral; Possibilidade de baixar o nível da represa melhorando a drenagem de áreas superiores; Custo zero ao erário pelo serviço do desassoreamento, uma vez que será realizado pela empresa.

O empreendedor não tem economizado esforços para a mitigação dos impactos negativos: A geração de resíduos da operação (efluentes, resíduos sólidos), cuja destinação já foi definida neste processo de licenciamento; manutenção das dragas e pá carregadeira, que possuem como medidas mitigadoras a utilização de produtos absorventes de óleo, para que não haja contaminação no local, no processo de lavra; a limitação de acesso a terceiros na atividade da empresa; Para prevenção de acidentes, será instalado cordão de isolamento num raio de 30 metros das dragas e o desenvolvimento, durante a operação, do Programa de Comunicação quanto a prevenção e comunicação dos possíveis acidentes relacionados com o uso recreativo do barramento e os equipamentos de dragagem; Movimentação de terra que trarão aporte de sedimentos para os cursos d'água, Diminuição da infiltração de água no solo devido a compactação do solo por uso de máquinas pesadas e das infraestruturas do empreendimento. E na questão de tratabilidade da água, cita-se o aumento da concentração de partículas em suspensão, e, em consequências, o aumento de turbidez no manancial, em razão de fenômenos erosivos, durante o processo de extração de areia.

## **1.2 Objetivos Gerais**

O Plano de Comunicação Social - PCS contempla a criação de canais de comunicação entre o empreendedor e os afetados, desenvolvendo estratégias e

ferramentas que assegurem a disseminação das informações sobre o andamento do empreendimento, esclarecendo dúvidas e recebendo opiniões, que garantam uma relação de confiança entre os diversos públicos envolvidos.

Cabe ao PCS divulgar informações sobre o empreendimento, tais como: o início da instalação dos equipamentos e sua operação, as principais intervenções que afetem a comunidade lindeira e a população interessada, além do tempo necessário, principais benefícios e as características do projeto de extração de areia na Represa da Usina de Atibaia, bem como sobre as ações ambientais a serem implantadas. Desta forma, busca-se diminuir a ocorrência de boatos e especulações, decorrentes de desinformação ou da circulação de informações contraditórias.

### **1.3 Público Alvo**

As atividades deste Plano de Comunicação Social são direcionadas aos públicos alvo de interesse, que por definição são a parcela da população atingida, direta ou indiretamente, pelas ações do empreendimento em todas as fases do processo. O mapeamento correto desses públicos implicará na mensagem adequada para se estabelecer compreensão mútua e construir uma articulação positiva entre esses públicos e o empreendedor, garantindo diálogo e engajamento, ao longo do processo de implantação e operação do Projeto, em torno das necessidades e propostas.

Como público alvo da Área de Influência Direta, durante a fase de diagnóstico apontou-se os públicos indicados abaixo.

- I. **Grupo 1** - Representantes do poder público regional e local: prefeitos, secretários, lideranças políticas representativas.
- II. **Grupo 2** - Representantes das sociedades locais: entidades e instituições organizadas, instituições governamentais, ONGs ambientais e entidades comunitárias, Ministérios Públicos, setores da mídia regional e local, lideranças

formais e informais, todos com representatividade junto aos afetados direta ou indiretamente (AID e ADA).

- III. **Grupo 3** - Moradores locais, comércios e serviços, em atividade na área afetada diretamente pelo empreendimento, turistas, população flutuante e pessoas praticantes de lazer e turismo local.

#### **1.4 Métodos e Descrição do Programa**

O Plano de Comunicação Social – PCS deverá ser executado pelo serviço de comunicação socioambiental durante as fases de implantação e operação do empreendimento.

Durante as fases de implantação e operação da extração mineral, o empreendedor deverá contratar um serviço especializado composto ao menos de um profissional da área de comunicação social, e um plano de trabalho e cronograma específico deverá ser atendido. As ações deverão estar concentradas na atividade presencial com a comunidade lindeira e públicos envolvidos, engajamento e transparência, e no planejamento de atividades específicas de comunicação socioambiental.

“(…) Que outra comunicação se faz necessária e/ou possível? Identificamos um emergente subcampo da Comunicação, em estado de consolidação na comunidade científica internacional, chamado de Environmental Communication. Ainda pouco referenciado nos estudos brasileiros, sua identificação varia entre Comunicação Ambiental, Jornalismo Ambiental, Mídia e Meio Ambiente e outros termos.” (AGUIAR; CERQUEIRA, 2012; SMITH, 2012)

O PCS deve manter a população interessada informada e atualizada sobre a necessidade da implantação do empreendimento, por meio de ferramentas de comunicação que serão desenvolvidas, publicações em mídias sociais, utilização do site da instituição para recebimento de reclamações, sugestões e pedidos de informação,

trabalho de relacionamento com a comunidade, que consiste em visitas e encontros pontuais com os afetados, articulações institucionais e apresentações do empreendimento para grupos e públicos alvo pré-definidos, garantindo a tranquilidade necessária para que o empreendedor dê andamento às atividades de extração mineral por meio da draga flutuante.

Propiciar a formação do conhecimento a respeito do empreendimento, incômodos esperados, aspectos diretamente ligados à comunidade local e apoio aos Programas de Educação Ambiental e de Comunicação quanto a prevenção e comunicação dos possíveis acidentes relacionados com o uso recreativo do barramento e os equipamentos de dragagem, prazos de execução e cronograma, os responsáveis pela atividade, os empregos gerados, benefícios do empreendimento e respectivos cuidados com lazer e turismo; orientar a população lindeira para que atendam às regras definidas e necessárias para um convívio adequado com o projeto são ações essenciais da comunicação socioambiental.

“O planejamento pode ser conceituado como um processo, considerando os aspectos abordados pelas dimensões apresentadas, desenvolvido para o alcance de uma situação desejada de um modo mais eficiente, eficaz e efetivo, com a melhor concentração de esforços e recursos pela empresa.” (Oliveira, 2002).

Farão parte das ações de comunicação desenvolvidas, os seguintes instrumentos: linha telefônica móvel com internet e com aplicativo de mensagem WhatsApp - indicado no Diagnóstico para contato com grupos de moradores e envios de listas de transmissão e aplicativos de interesse, correio eletrônico, página com informações da atividade no site da mineradora, serviço de contato disponível no site para recebimento de reclamações a respeito da atividade e quaisquer fatos relacionados à sua implantação e operação (informações e sugestões).

Para abranger a população local serão produzidos boletins informativos, que contém notícias e atualizações, elaborados especificamente para responder às principais dúvidas e queixas da população. Os boletins serão entregues presencialmente à comunidade lindeira durante as ações de relacionamento com a comunidade e deixados em locais estratégicos.

Serão utilizadas mídias sociais da região com publicações pontuais sobre os principais temas verificados na fase de diagnóstico, difusão de informações *online* e presencial sobre as possíveis ofertas de emprego, as regras de segurança, uso recreativo do barramento e questões de segurança quanto aos equipamentos da dragagem, ruídos, interferências no lazer, entre outras e as eventuais mudanças e impactos que o empreendimento acarretará sob qualquer ponto de vista.

A linguagem abordada com a população deve ser adequada aos públicos alvo mapeados, para que possa chegar a todos os níveis de conhecimento.

Serão realizadas visitas regulares à comunidade lindeira (casas de veraneio, moradores locais, comércios, empresas e serviços), para difusão de informação presencial, relacionamento e a entrega prévia de Comunicados para informar campanhas, ações ou impactos previstos e monitoramento da percepção da população por meio de ações de relacionamento.

A Educação Ambiental, tratada em programa específico, atuará em consonância com este PCS, que dará apoio na elaboração e produção dos materiais educacionais necessários na utilização das ações específicas da educação ambiental, atividades presenciais como palestras e oficinas e, também no Plano Pedagógico que será adotado.

Temas como limpeza e manutenção do entorno - direcionados a moradores, veranistas e turistas, segurança, esclarecimentos dos incômodos esperados, impactos na infraestrutura local, atividades de lazer e tempo necessário da operação da extração mineral e concretização dos benefícios devem estar em prioridade sobre os assuntos tratados neste Plano.

Além das ações de comunicação previstas, o engajamento comunitário será realizado pela equipe de comunicação socioambiental, por meio de visitas pessoais pontuais, articulações institucionais, rodas de conversa e apresentações do empreendimento, junto às lideranças locais e à comunidade do entorno, veranistas e turistas, num ambiente colaborativo em que as partes possam dialogar produtivamente sobre seus interesses e necessidades.



### 1.5 Ações Previstas

As ações do Plano de Comunicação Social - PCS são apresentadas a seguir:

- I. Contratação da equipe de trabalho;
- II. **Plano de Trabalho** – Após a contratação da equipe de trabalho, sugere-se que seja feita uma visita inicial às localidades da área de abrangência do Programa e uma reunião de briefing inicial com os responsáveis pelo empreendimento. Para, então, ser delineado um *Plano de Trabalho* seguindo o cronograma (**Anexo 1**) apresentado neste documento.
- III. **Elaboração da Matriz Institucional** – O objetivo da Matriz Institucional (**Anexo 2**) é mapear e atualizar continuamente os principais públicos de interesse relacionados ao empreendimento. Esta ferramenta, já iniciada, identificou atores envolvidos com o projeto e sua capacidade de participação na comunidade. Este é um trabalho que deve ser feito ao longo de todo o Programa, pois, pode haver alterações na dinâmica social, como a entrada de novos articuladores e mudanças de posicionamento.
- IV. **Articulação Institucional** – Realização de contatos prévios com as principais lideranças (prefeitos, vereadores, representantes de associações civis, instituições governamentais, formais, informais, políticas, escolas, população local, públicos de interesse, entre outras) para agendar um cronograma de reuniões, atividades de educação ambiental e visitas na localidade.

- VI. Canais de Comunicação** – Para o estreitamento da relação entre o público-alvo e o empreendedor, o projeto de extração mineral deverá dispor de telefone móvel e aplicativo de mensagens (WhatsApp), endereço eletrônico específico do empreendimento, página no Facebook, página específica da atividade, contato/fale conosco no site da instituição, ficha padronizada para o registro de sugestões e/ou reclamações. Serão anotadas nessa ficha e em planilha eletrônica as providências tomadas em todas as instâncias envolvidas. Quando solicitado, o canal de comunicação preservará a identidade dos envolvidos.

O serviço de comunicação acompanhará o encaminhamento das sugestões e/ou reclamações, junto às áreas responsáveis, até a sua resolução final e, no decorrer do processo, manterão o reclamante informado sobre o andamento do caso. Para a credibilidade do sistema é fundamental que todas as solicitações de informação sejam respondidas e que seja estabelecida uma meta para o tempo de resposta, neste caso recomenda-se 72 horas úteis. Podendo ser revista após a implantação do serviço, de acordo com a realidade local de locomoção e comunicação.

- V. Materiais de divulgação/informação** – Preparação de identidade visual, áudio/visual de comunicação contendo informações necessárias, de modo a promover, em quaisquer circunstâncias de apresentação, um entendimento rápido e fácil por parte dos públicos-alvo. O material de comunicação poderá ser constituído por folder institucional, materiais educacionais para educação ambiental, folhetos, máscara para comunicados, boletins informativos, banners impressos ou digitais, cartilhas, cartazes ou cartazetes, vídeos, filmes, de acordo com a definição do Plano de Trabalho.

Considerando a diversidade de materiais utilizados e a diversidade de temas e questões que serão abordadas, sugere-se:

- A preferência por textos curtos e pontuais ou mesmo por meio de ilustrações, de fácil compreensão e memorização;
- A utilização de imagens e linguagem regional conhecidas do público que se deseja atingir;
- O cuidado em responder claramente as expectativas e questionamentos existentes, esclarecendo dúvidas de modo a evitar a propagação de boatos;
- Divulgação dos canais de comunicação e redes sociais;
- Os benefícios a serem trazidos pelo empreendimento, em níveis local e regional.

### **1.6 Reuniões Com a Comunidade**

Deverão ser realizadas reuniões pontuais com segmentos específicos do público de interesse (instituições de ensino, instituições religiosas, ONG's, clubes de serviço, lideranças formais e informais, sociedade civil organizada, entre outros), para que sejam disseminadas informações relevantes, cronograma de obras, educação ambiental, questionamentos colocados pela própria comunidade e os benefícios do projeto, sempre que oportuno. É indispensável a utilização de material audiovisual, folder institucional, folhetos de campanhas ambientais ou outros, e registros do encontro por meio de fotografias, listas de presença e vídeos. Por tratar-se de reuniões de pequeno porte, a escolha do local poderá ser tratada com o próprio público escolhido. É primordial o acompanhamento de um integrante do corpo técnico do empreendimento.

### **1.7 Pesquisa de Percepção**

Anualmente, serão realizadas pesquisas de percepção junto ao público externo, visando avaliar o (i) nível de conhecimento sobre o empreendimento e sobre o empreendedor; (ii) nível de conhecimento sobre as ações socioambientais e de educação ambiental e segurança desenvolvidas em função do empreendimento; (iii)

Nível de satisfação da população local com o empreendimento. Essa pesquisa deverá ser realizada por meio de entrevistas diretas com a população, com a aplicação de questionário padrão, elaborado a partir de definição de perguntas de interesse. Os resultados dessa pesquisa deverão ser consolidados em relatórios.

### **1.8 Indicadores Ambientais**

O processo de comunicação deve se basear no diálogo, transparência e confiança entre as partes, e, por se tratar de um mecanismo dinâmico, esses três pilares devem ser respeitados para a sustentabilidade das ações.

Serão indicadores desse Programa:

- Apresentação do material gráfico produzido, especificando a quantidade, frequência e destinação;
- Número de lideranças formais e informais, locais e regionais, com participação em articulações institucionais, visitas e reuniões com a comunidade realizados e grau de conhecimento dos mesmos sobre o empreendimento;
- Grau de efetividade da utilização dos canais de comunicação, incluindo contabilização de ligações, análise das queixas e dúvidas, setorizando as conforme o assunto e reclamante, resolução e possíveis causas;
- Relatórios mensais: os relatórios mensais deverão conter as atividades desenvolvidas no período; a equipe técnica responsável; os resultados obtidos nos canais de comunicação; a avaliação de desempenho do programa; o cronograma de atividades para o próximo período; registros fotográficos das atividades e eventuais reuniões com a comunidade, relatórios de articulações e visitas com registro fotográfico, listas de presença, atas, notas de mídia impressa e mídias sociais e materiais de apoio utilizados, como: folhetos e comunicados.

### **1.9 Monitoramento e Avaliação**

A avaliação do desempenho do PCS será feita através da análise dos indicadores ambientais obtidos em correspondência aos objetivos elencados neste documento. O acompanhamento e avaliação dos resultados ao longo de todas as atividades permitirão corrigir, adequar ou modificar, em tempo hábil, as estratégias e ações propostas.

O processo de acompanhamento deve incluir o registro dos processos de comunicação com evidências como fotos, filmagens e documentos.

Será realizada ao longo de todo o PCS uma Avaliação Processual do início ao término das atividades. De forma a possibilitar ações corretivas ao longo do programa tais como: desenvolver novos meios, adequação de linguagem, aumentar ou reduzir a frequência ou intensidade das ações.

Para realizar este tipo de avaliação a equipe técnica do programa deverá levantar informações quantitativas (quantidade de materiais distribuídos, número de reuniões realizadas e número de participantes; audiência dos eventos; número de líderes contatados; solicitações de materiais, por parte de pessoas ou organizações; número de registros de atendimentos).

No âmbito da avaliação processual será acompanhado o registro das ocorrências e reclamações nos canais de comunicação, bem como as soluções adotadas.

Para tanto, poderão ser utilizadas diferentes técnicas e instrumentos de avaliação (questionários, entrevistas em profundidade, análise de relatórios, registros estatísticos, etc.), serão levantados dados para verificação dos resultados efetivos do Plano de Comunicação Social.

## **1.10 Recursos Materiais e Humanos**

### **1.10.1 Recursos Materiais**

- Local fixo para desenvolvimento do trabalho e mobiliário;
- Recursos de audiovisual (computador);
- Local para realização dos Eventos/ Reuniões (parceiros);
- Material de divulgação (cartazes, boletins, comunicados, folders, folhetos, entre outros);
- Despesas da Equipe fixa/contratada (transporte e alimentação);
- Linha telefônica móvel, celular, internet.

### **1.10.2 Recursos Humanos**

Para a execução do Programa de Comunicação recomenda-se a estruturação de uma equipe fixa ou contratada.

### **1.10.3 Equipe Técnica**

Equipe técnica contratada: Sra. Lilian Aparecida Reis, Profissional de Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas e com experiência comprovada em ações de Sustentabilidade e Comunicação Socioambiental **(Anexo 3)**.

## **2. ANEXOS**

### **2.1 Anexo 1 - Cronograma**

# MINERAÇÃO ATIBAIA LTDA. PLANO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

[illegible]



[illegible]

## **2.2 Anexo 2 – Matriz Institucional**

# Matriz Institucional Represa da Usina Da Estância Municipal de Atibaia

## ESTÂNCIA DE ATIBAIA/SP

LIDERANÇAS POLÍTICAS EXECUTIVO					
NOME	PESSOA DE CONTATO	ENDEREÇO	TELEFONE	EMAIL	OBSERVAÇÃO
Prefeito da Estância de Atibaia	Emil Ono (PSD)	Rua Bruno Sargiani, 100 – Vila Rica			
Vice da Estância de Atibaia	Fabiano de Lima (PL)				
Chefe de Gabinete	Marcelo Martiniano Bernardes				
SECRETARIAS DE GOVERNO					
NOME	PESSOA DE CONTATO	ENDEREÇO	TELEFONE	EMAIL	OBSERVAÇÃO
Secretaria de Comunicação	Viviane Cocco	Av. Saudade, 252 - Centro	(11) 4414-2400	jornalismo@atibaia.sp.gov.br	
Secretaria de Administração	Jairo de Oliveira Bueno	Rua Bruno Sargiani, 100 – Vila Rica	(11) 4414-2510	administracao@atibaia.sp.gov.br	
Secretaria de Recursos Humanos	Carlos Américo Barbosa da Rocha	Rua Bruno Sargiani, 100 – Vila Rica	(11) 4414-2242	rh@atibaia.sp.gov.br	
Secretaria de Agricultura	Jorge Matsuda	Estrada Municipal Juca Sanches, 400 – Jardim Brogotá	(11) 4414-3985	saa@atibaia.sp.gov.br	
Secretaria de Esportes e Lazer	Vanderlei Bocuzzi Teixeira	Av. Horácio Netto, 1061 – Jardim Tapajós	(11) 4411-2767	esportes@atibaia.sp.gov.br	
Secretaria de Educação	Eliane Doratiotto Endsfeldz	Rua Bruno Sargiani, nº 100, Vila Rica	(11) 4414-3430	educacao@atibaia.sp.gov.br	
Secretaria de Cultura	Maria da Glória Carvalho Ribas Diniz	Centro de Convenções e Eventos Victor Brecheret – Al. Lucas Nogueira Garcez, 511 – Vila Thaís	(11) 4412-3287	cultura@atibaia.sp.gov.br	
Secretaria de Planejamento e Finanças	Paulo José Rossi	Rua Bruno Sargiani, 100 – Vila Rica	(11) 4414-2231	financas@atibaia.sp.gov.br	
Procuradoria Geral do Município	José Benedito da Silveira	Rua Bruno Sargiani, nº 31, Vila Rica	(11) 4414-2350	juridico@atibaia.sp.gov.br	
Secretaria de obras públicas	Daniel Carreiro de Teves	FACILITA – Rua Castro Fafe, 295 – Centro	(11) 4418-7800	urbanismo@atibaia.sp.gov.br	
Secretaria de Obras Públicas	Daniel Carreiro de Teves	FACILITA – Rua Castro Fafe, 295 – Centro	(11) 4418-7800	urbanismo@atibaia.sp.gov.br	
Secretaria de Desenvolvimento Econômico	Silvio Ramon Llaguno	FACILITA – Rua Castro Fafe, 295 – Centro	(11) 4418-7800 Ramal 9	edec@atibaia.sp.gov.br	
Secretaria de de Assistência e Desenvolvimento Social	Magali Pereira G. Costato Basile	Rua Zeferino Alves do Amaral, 78 – Centro	(11) 4414-0650	assistenciasocial@atibaia.sp.gov.br	
Secretaria Municipal de Saúde	Sonia Cristina de Carvalho	Rua Bruno Sargiani, 100 – Vila Rica	(11) 4414-2220	secsaude@atibaia.sp.gov.br	
Secretaria de Segurança Pública	Décio Aparecido Mora	Rua Adolfo André, 1792 – Vila Rica	(11) 4412-8243	seguranca@atibaia.sp.gov.br	
Secretaria de Turismo	Bruno Perrota Leal	Av. dos Bandeirantes, s/n – Parque das Águas	4411 7577 / 4411 8240	turismo@atibaia.sp.gov.br	
Governo	Sidney de Oliveira Poloni	Av. Nove de Julho, 185 – Centro	(11) 4414-2005	transito@atibaia.sp.gov.br	
Secretaria de Mobilidade e Planejamento Urbano	André Picoli Agatte	FACILITA – Rua Castro Fafe, 295 – Centro	(11) 4418-7800		
Secretaria de Habitação	Wagner de Jesus Casemiro da Silva	Rua Alice Soares Ribeiro, 32 – Vila Maria	4411-7567 / 4402-3284	habitacao@atibaia.sp.gov.br	
Secretaria de Serviços	Ricardo Henrique Freire Vieira	Estrada Municipal Juca Sanches, 400 – Boa Vista	(11) 4414-3950		
ENTIDADES GOVERNAMENTAIS					
NOME	PESSOA DE CONTATO	ENDEREÇO	TELEFONE	EMAIL	OBSERVAÇÃO
Departamento de Defesa do Consumidor	José Benedito da Silveira	Rua Bruno Sargiani, n.º 31, Vila Rica, Atibaia/SP – CEP 12940-412	4414-2360// 4414-2366		Atibaia Sem Papel.

<b>Corpo de Bombeiros</b>		Avenida Alfredo André, 295 – Centro	193/(11) 4418-2041		
<b>Defesa Civil</b>	Décio Aparecido Mora	Rua Adolfo André, 1.055 – Centro	4402-7414 / 4411-5108	defesacivil@atibaia.sp.gov.br	
<b>Coordenadoria Especial de Cidadania</b>	Magali Pereira G. Costato Basile	Av. da Saudade, 252 – Centro	(11) 4414-2448	cec@atibaia.sp.gov.br	
<b>Centro POP</b>	Magali Pereira G. Costato Basile	Rua Albertina Miéle Pires, 153 – Centro	4411-8087/4413-0974		
<b>Espaço do Empreendedor</b>		FACILITA – Rua Castro Fafe, 295 – Centro	(11) 4418-7800 Ramal 9	empreendedor@atibaia.sp.gov.br	
<b>Santa Casa</b>		Praça Miguel Vairo, 104 – Centro	4411-0062 /4402-3148		
<b>UBS Usina – Dr. Herconides Martins de Oliveira</b>		Estr. Hisaichi Takebayashi, 8.000 – Usina	(11) 4416-4861		
<b>Policlínica</b>		R. São Vicente de Paula, 195 – Centro	Recepção: (11) 4414-6519		
<b>Casa dos Conselhos</b>		Avenida da Saudade, nº 287, Centro	(11) 4414-2448		
<b>Fiscalização Covid-19</b>			WhatsApp (11) 95610-4538		
<b>Rodoviária</b>		Praça Pedro de Toledo, s/n – Centro	(11) 4411-4276		
<b>Coordenadoria Especial de Emprego e Renda</b>	Silvio Ramon Llaguno	FACILITA – Rua Castro Fafe, 295 – Centro	(11) 4418-7800		
<b>Departamento de Trânsito</b>		FACILITA – Rua Castro Fafe, 295 – Centro	(11) 4418-7800 – Op. 07		
<b>Coordenadoria Especial de Meio Ambiente</b>	Daniel Borghi Filho	FACILITA – Rua Castro Fafe, 295 – Centro	(11) 4418-7800		
<b>Delegacia</b>		Rua Napoleão Ferro, nº 315, Alvinópolis	(11) 4412-9511/3615/8500		
<b>Guarda Civil Municipal</b>			153		
<b>SAMU - Serviço Atendimento Móvel Urgência</b>		Praça Oriental, 50 – Jardim Cerejeiras	192 / (11) 4882-9840		(Central de Bragança Paulista)
<b>SOU Atibaia</b>		Av. São João, 1397 – Parque das Nacoes, Atibaia – SP, 12944-430	(11) 4411-9990		
<b>Coordenadoria Especial de Planejamento Estratégico</b>	André Picoli Agatte	FACILITA – Rua Castro Fafe, 295 – Centro	(11) 4418-7800		
<b>PAT</b>		FACILITA – Rua Castro Fafe, 295 – Centro	(11) 4418-7800		
<b>Centro de Formação Profissional I</b>		Avenida Imperial, 1185 – Jardim Imperial	(11) 4402-7757		
<b>Coordenadoria Especial do Idoso</b>	Magali Pereira G. Costato Basile	Praça Santo Antonio, 79 – Alvinópolis	(11) 4402-2142		
<b>Coordenadoria Especial de Tecnologia de Informação e Telecomunicações</b>	Ricardo Henrique Freire Vieira	Av. da Saudade, 252 – Centro			
<b>Coordenadoria Especial de Solidariedade</b>	Magali Pereira G. Costato Basile	Avenida São João, 613 – Centro	(11) 4412-8220	fundosocial@atibaia.sp.gov.br	
<b>Saae Atibaia</b>		Praça Roberto Gomes Pedrosa, 11 12941-606	(11) 99526-6129		<a href="http://www.saaeatibaia.com.br">www.saaeatibaia.com.br</a>
<b>Batalhão da Polícia Militar</b>		Rua Professor João Antônio Rodrigues, 95 – Vila Thais	190/(11) 4411-3789		
<b>Coordenadoria Especial da Mulher</b>	Magali Pereira G. Costato Basile	Rua Albertina Miel Pires, 161 – Jardim Brasil	(11) 4402-2716		
<b>CÂMARA DE VEREADORES</b>					
<b>NOME</b>	<b>PESSOA DE CONTATO</b>	<b>ENDEREÇO</b>	<b>TELEFONE</b>	<b>EMAIL</b>	<b>OBSERVAÇÃO</b>

Julio Cesar Mendes - PL		Av. Nove de Julho, 277-399 - Centro, Atibaia - SP, 12940-580	(11) 2119-1100	imprensa.camara@atibaia.sp.gov.br	<a href="https://www.facebook.com/camaraatibaia/">https://www.facebook.com/camaraatibaia/</a> <a href="http://camaraatibaia.sp.gov.br/">http://camaraatibaia.sp.gov.br/</a>
PI DO JUDÔ - Podemos					
ADEMILSON MILITÃO - DEM					
ZÉ MACHADO - PSC					
FEFE - PL					
SIDNEI GUERREIRO - Republicanos					
INSPETOR SANTOS (RONA) - Podemos					
MARCAO DO ITAPETINGA - PSD					
JULIO CUBA - PSD					
ANA PAULA BEATHALTER - Patriota					
ANA PAULA BORGHI - PTB					
ESCOLAS MUNICIPAIS E ESTADUAIS					
NOME	PESSOA DE CONTATO	ENDEREÇO	TELEFONE	EMAIL	OBSERVAÇÃO
EM Educador Paulo Freire		Estrada Hisaichi Takebayashi, 8.500 – Usina	(11) 4416-4303		
E.E. Prof.ª Izolina Patrocínio Lima		Rua São Vicente, s/nº – Usina	(11) 4416-4434		
LIDERANÇAS FORMAIS					
NOME	PESSOA DE CONTATO	ENDEREÇO	TELEFONE	EMAIL	OBSERVAÇÃO
Unidade Básica De Saúde Iride Bachega Bedore – Ubs		R. Prof. Nilo Andrade Amaral, 195 - Jardim Alvinopolis, Atibaia - SP, 12943-460	11 4411.0557		
Igreja do Daime Atibaia		Estr. Mun. Hisaichi Takebayashi - Usina			
Congregação Cristã no Brasil - Usina		Estr. Hisaichi Takebayashi, 7405 - Jardim Colonial, Atibaia - SP			
Igreja São Vicente de Paulo		R. São Vicente - Recreio São Vicente, Atibaia - SP, 12952-680			
Associação de MORADORES Serra da Estrela		Estrada Municipal, 2361 12940-001 Atibaia	(11) 4494-9187		facebook
UBS Usina – Dr. Herconides Martins de Oliveira		Estr. Hisaichi Takebayashi, 8.000 – Usina	(11) 4416-4861		
ENTIDADES NÃO GOVERNAMENTAIS					
NOME	PESSOA DE CONTATO	ENDEREÇO	TELEFONE	EMAIL	OBSERVAÇÃO
Chacara Maranata		ESTRADA MUNICIPAL, Estr. Hisaichi Takebayashi, 6850 - C	11 992439417		
Parque residencial Shambala 1		R. Primula - Jardim Suely, Atibaia - SP, 12949-119			
Barraca de Frutas Usina		Usina Hidrelétrica - Usina, Atibaia - SP, 12949-119	11 95838.2679		
Banca de Frutas Usina		Usina Hidrelétrica - Usina, Atibaia - SP, 12949-119	11 95781.6829		
Costelão Fogo de Chão Atibaia		Represa da - Estr. Hisaichi Takebayashi, 7564 - Usina, Atibaia - SP, 12952-011	11 97786.6339		<a href="http://www.costelaoatibaia.com.br/">www.costelaoatibaia.com.br/</a>
Estacionamento Catenas					

Ó ESPOSITO Restaurante e Pizzaria		Estr. Hisaichi Takebayashi, 7340 - Usina, Atibaia - SP, 12952-011	11 4416.4787		
Restaurante e Pizzaria maná		Estr. Hisaichi Takebayashi, 7340 - Jardim Colonial, Atibaia - SP, 12954			
Sorveteria Açai da Villa		Estr. Hisaichi Takebayashi, 7215 - Usina, Atibaia - SP, 12952-011	11 97070.5559		
padaria Celio' 2		Estr. Hisaichi Takebayashi, 7820 - Jardim Colonial, Atibaia - SP, 12952-011			
Pizza Up		Estr. Mun. Hisaichi Takebayashi, 7790 - Jardim Colonial, Atibaia - SP, 12952-011	11 96644.9637		
TRUCK'S PUB		R. São Vicente, 94 - Usina, Atibaia - SP, 12952-680			
Padaria Spinassi & Mussolino		R. São Vicente, 1 - Usina, Atibaia - SP, 12952-680			
Restaurante Frango d'Agua		Represa da - Estr. Hisaichi Takebayashi, 7060 - Usina, Atibaia - SP, 12952-011	11 4416.4515		
Viveiro Municipal De Mudass		Estr. Mun. Jucá Sanches, Km 11 - Boa Vista, Atibaia - SP, 12954-070	11 4413.4749		
Adega Kikuti		Estr. Hisaichi Takebayashi - Jardim Colonial, Atibaia - SP	11 97096.0542		
Vila Condor		Estr. Hisaichi Takebayashi - Usina, Atibaia - SP, 12952-011	11 94002.0802		
CHACARA RECANTO DA PAZ		R. Acarás, 544 - Usina, Atibaia - SP			
Pq. Piracema		Estrada Mun. - Usina, Atibaia - SP			
Rancho do tauber		46, R. São Vicente - Recreio São Vicente, Atibaia - SP	11 97206.3216		
Rotisserie Usina Da Massa		Estr. Hisaichi Takebayashi, 7800 - Jardim Colonial, Atibaia - SP, 12952-011	11 4416.4876		
Flora Jrm		Rio Abaixo, Atibaia - SP, 12952-425	11 97335.0304		
<b>ONG'S</b>					
<b>NOME</b>	<b>PESSOA DE CONTATO</b>	<b>ENDEREÇO</b>	<b>TELEFONE</b>	<b>EMAIL</b>	<b>OBSERVAÇÃO</b>
Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade		Estr. Hisaichi Take Bayashi, 8000 - Usina, Atibaia - SP, 12952-011	11 4411.6633		icmbio.com.br
<b>VEÍCULOS DE IMPRENSA</b>					
<b>NOME</b>	<b>PESSOA DE CONTATO</b>	<b>ENDEREÇO</b>	<b>TELEFONE</b>	<b>EMAIL</b>	<b>OBSERVAÇÃO</b>
Jornal da Cidade de Atibaia	Danilo Manha/Ligia Nogueira		11 4411 7001		jcatibaia.com.br
Atibaia Hoje	Maria Clara Teixeira Gonçalves	Av. Nove de Julho, 322/Edifício São José - Sala 41	Tel11 4411-2326/ Whats 11	contato@atibaiahoje.com.br	www.atibaiahoje.com.br/
O Atibaíense Jornal		Rua Rio de Janeiro, 107 - Atibaia Jardim - Atibaia	(11) 4413-0001	comercial@oatibaíense.com.br	www.oatibaíense.com.br/
Jornal Em Pauta	Ana Maria de Oliveira		WhatsApp: (11) 9-9783-20	redacao@bragancaempauta.com.br	www.jornalempauta.com.br
Jornal de Negocios			(11) 99116-0755	jornal@jornaldenegocios.org	www.jn7.com.br
G1					g1.globo.com/sp/vale-do-paraiba-regiao
Portal Atibaia News			11 999181751	contato@portalatibaianews.com.br	www.portalatibaianews.com.br
ATIBAIA TV		João Pires, 390 - Centro - Atibaia, SP - CEP: 12940-490	(11) 4411-0644	atibaiaTV2013@gmail.com	www.atibaiaTV.com.br
Radio Atibaia			(11)3402-3555	www.facebook.com/radioatibaia	www.radioatibaia.com.br
Correio Popular	Daniel Camargo	não se aplica	(19) 99915-5718	daniel.camargo@rac.com.br	
Jornal Metro	Rose Guglielminetti		(11) 3528-8500		

EPTV	Lilian de Souza		(19) 9918508	lilian.bogaz@eptv.com.br	
TV Band	Felipe Pereira		(19) 37797459	jornalcps@band.com.br	
Rádio Band News	Salomon		(19) 991721980		
TVB / Record			(19) 3741-4000	producaocps2@tvb.com.br	
Cidade On	Sarah Brito		(19) 3776-6681	campinas@acidadeon.com	
VTV - SBT			a verificar	jornalismocampinas@vtv.com.br	
CBN	Anderson, André e Guilherme		(19) 991869070	pauta@cbncampinas.com.br	
Blog da Rose	Rose Guglielminetti		(19) 37797459	rguglielminetti@band.com.br	
<b>MÍDIAS SOCIAIS</b>					
<b>ENTIDADE</b>	<b>PESSOA DE CONTATO</b>	<b>ENDEREÇO/URL</b>	<b>TELEFONE</b>	<b>EMAIL</b>	<b>OBSERVAÇÃO</b>
Associação de Moradores Serra da Estrela		<a href="https://www.facebook.com/pages/Associa%C3%A7%C3%A3o-dos-Moradores-do-Loteamento-Serra-da-Estrela/255162588162633">https://www.facebook.com/pages/Associa%C3%A7%C3%A3o-dos-Moradores-do-Loteamento-Serra-da-Estrela/255162588162633</a>			
Atibaia Mania		<a href="https://www.facebook.com/atibaiamania">https://www.facebook.com/atibaiamania</a>			
Atibaia TV		<a href="https://www.facebook.com/AtibaiaTv">https://www.facebook.com/AtibaiaTv</a>			
Prefeitura de Atibaia		<a href="https://www.facebook.com/atibaia">https://www.facebook.com/atibaia</a>			
O Atibaense Jornal		<a href="https://www.facebook.com/oatibaensejornal">https://www.facebook.com/oatibaensejornal</a>			
Jornal Atibaia Hoje		<a href="https://www.facebook.com/jornalatibaiahoje">https://www.facebook.com/jornalatibaiahoje</a>			
Jornal Notícias de Atibaia		<a href="https://www.facebook.com/jornalnoticiasdeatibaia">https://www.facebook.com/jornalnoticiasdeatibaia</a>			
Jornal Estância de Atibaia		<a href="https://www.facebook.com/Jornalestanciadeatibaia">https://www.facebook.com/Jornalestanciadeatibaia</a>			
Jornal da Cidade de Atibaia		<a href="https://www.facebook.com/jornaldacidadeatibaia">https://www.facebook.com/jornaldacidadeatibaia</a>			
Feira do Rolo Atibaia		<a href="https://www.facebook.com/atibaiafeira">https://www.facebook.com/atibaiafeira</a>			
Feira do Rolo de " Atibaia" A Original'		<a href="https://www.facebook.com/groups/Feirinhadorolodeatibaia">https://www.facebook.com/groups/Feirinhadorolodeatibaia</a>			

### **2.3 Anexo 3 – Currículo equipe técnica**



## Resumo das Qualificações

Relações Públicas, com **ampla experiência em Comunicação Corporativa, Marketing, Responsabilidade Social, Comunicação Socioambiental e Programas Socioambientais** desenvolvendo ações estratégicas de comunicação e relacionamento com os diferentes públicos, a fim de mediar conflitos, promover engajamento e diálogo com transparência e alinhar diferentes interesses, garantindo uma atuação sustentável em diversos projetos. Vasta experiência no planejamento e gerenciamento de ações para públicos estratégicos, eventos, gerenciamento de equipes, geração de conteúdo para editais e projetos, assessoria de imprensa, centrais de comunicação e ouvidoria, planos de comunicação institucional, **processos de desapropriação, programas de educação ambiental, programas de comunicação social, relacionamento com lideranças e comunidades, stakeholders e políticos, mediação de conflitos e gerenciamento de crises, campanhas de responsabilidade social e elaboração de relatórios.**

## Formação Acadêmica

**Técnico em Design de Interiores** – ETEC - Amparo/SP – 2018

**Pós-Graduação em Jornalismo - Gestão de Conteúdo** – Universidade Metodista de São Paulo (2016)

**Aulas Especiais** – Escola de Comunicação e Artes - Universidade de São Paulo (2013/2014)

**Graduação em Relações Públicas** - Pontifícia Universidade Católica de Campinas (1991)

## Idiomas

**Inglês** (Intermediário para conversação, escrita e leitura)

## Experiência Profissional

### **Mineradora Atibaia Ltda.**

- Desenvolvimento de Planos de Comunicação e Educação Ambiental (2021/2022)

### **Consórcio Supereng Barragens**

**Coordenadora de Comunicação Social** (Dez 2017 – atual)

- Supervisão Ambiental dos Programas Socioambientais e de Comunicação do empreendimento Barragens Pedreira e Duas Pontes – DAEE – Comunicação com Stakeholders, Relatórios Técnicos, Coordenação de equipe socioambiental, Avaliação Periódica dos Programas do Meio Social.

### **Instituto Communità de Comunicação Socioambiental**

**Diretora de Projetos/Consultoria** (Maio 2009 - Dez 2017)

- Programa **EMTU na Comunidade** (Coordenadora - 2010/2017)

Planejamento e implantação do Programa EMTU NA COMUNIDADE – Programa de Comunicação Social e relacionamento com comunidades impactadas pelos diversos projetos e obras da EMTU/SP (**VLT da Baixada Santista, Corredores Metropolitanos Viários de Jandira/Itapevi, Guarulhos, Região de Campinas, Zona Leste/SP**). Implantação de Centrais de Relacionamento fixas e Centrais Móveis de Atendimento a Comunidade, assessoria e relacionamento com a imprensa, criação de campanhas de educação ambiental e campanhas de responsabilidade social, desapropriação, diagnósticos socioambientais, mediação de conflitos e gerenciamento de crise, planejamento e coordenação de trabalhos de campo, contratação e gerenciamento de equipes.

- **RMB – Reator Nuclear Brasileiro (2015)**

Planejamento e desenvolvimento das ações de comunicação e relacionamento com o objetivo de mediar os diferentes interesses e conflitos com expropriados e população do entorno do empreendimento.

- **Recuperação e Aterramento da Cava de Carapicuíba – DAEE (SUPERVISÃO - FRAL Consultoria - 2011/2016)**

Elaboração e implantação do Programa de Comunicação Social previsto no licenciamento ambiental do empreendimento. Supervisão, contato com stakeholders e instituições governamentais (TAC), relocação de pessoas, assessoria de imprensa, geração de conteúdo, clipagem de mídias locais e programa de visitas.

- **Programa de Comunicação Social - Metrô - Monotrilho linha 17 Ouro (2012)**

Planejamento e execução de diagnóstico socioambiental na região de implantação do empreendimento. Mapeamento de lideranças formais e informais e análise do cenário para o planejamento de apresentações do empreendimento. Planejamento e implantação da Central de Atendimento à Comunidade e planejamento de ações sobre responsabilidade social para reassentamento de famílias.

- **Auditoria de Opinião – Duke Energy (2009)**

Diagnóstico socioambiental junto às lideranças do Município de São Joaquim da Barra e região, planejamento de ações de comunicação e relacionamento com públicos estratégicos.

- **Licenciamento Ambiental dos Trechos Leste e Norte do RODOANEL – DERSA**

**Trecho Norte** - (2010): Mapeamento de lideranças formais e informais. Monitoramento das ações da comunidade por meio da imprensa e participação em audiências informais de cunho político e comunitário. Elaboração de cenário aprofundado e obtenção de subsídios e contribuições para o Estudo de Impacto Ambiental (EIA-RIMA).

**Trecho Leste** - (2009): Mapeamento de lideranças formais e informais. Apresentação do Projeto do Rodoanel para os públicos mapeados e realização de sondagem de opinião para obtenção de subsídios e contribuições para o Estudo de Impacto Ambiental e suas medidas compensatórias. Este serviço promoveu a participação das lideranças locais, contribuiu para o apoio nas Audiências Públicas e aprovação e obtenção da licença prévia do empreendimento.

#### **Ponto de Cultura Projeto Partitura**

**Coordenadora da Orquestra Jovem de Monte Alegre do Sul (2008/2010)**

- Ações com voluntariado, coordenação de alunos e professores, rotinas administrativas e patrocínio;
- Elaboração de projetos e captação de recursos;
- Organização de eventos culturais na região do Circuito das Águas Paulista, Assessoria de imprensa e geração de conteúdo para mídias locais.

#### **Fundação Pró-Sangue Hemocentro de São Paulo**

**Coordenadora de Parcerias e Eventos (2002/2006)**

- Elaboração e realização de eventos governamentais, institucionais, comemorativos e internos;
- Planejamento e execução de campanhas de responsabilidade social (artistas, bombeiros, músicos, entre outros, visando o aumento das doações de sangue);
- Elaboração e execução de projetos sociais, culturais, organização e consolidação de parcerias, captação de recursos e patrocínios;
- Trabalho com voluntariado (Fundação Pró-Sangue e Hospital das Clínicas de São Paulo);
- Geração de conteúdo para site e impressos;
- Relacionamento com agências de publicidade e assessoria de imprensa;
- Apoio no planejamento de campanhas publicitárias;
- Implantação do serviço de atendimento à comunidade;

- Organização da memória institucional da empresa;
- Coordenadoria de Telemarketing.

#### **Fundação Pró-Sangue Hemocentro de São Paulo**

##### **Coordenadora de Captação de Doadores (2000/2002)**

- Planejamento e elaboração de discurso para sensibilização de doadores voluntários de sangue nos leitos dos hospitais, junto a pacientes internados. Estes discursos incentivaram a mudança do paradigma da doação compulsória de sangue, elevando e efetivando as doações de sangue voluntárias;
- Coordenação de equipes, acompanhamento de metas e avaliação de produtividade;
- Relacionamento e coordenação do voluntariado da Instituição.

#### **Fundação Pró-Sangue Hemocentro de São Paulo**

##### **Analista de Comunicação (maio 1996/2000)**

##### **Assistente de Relações Públicas (1992/1996)**

- Responsável pelo Plano de Coleta externa em instituições, projeto de responsabilidade social que teve por objetivo coletar sangue inicialmente em empresas. Neste período foram iniciadas as coletas de sangue em Universidades, substituindo trotes violentos por ações solidárias, além de outras. O trabalho envolveu parcerias com FIESP e Sindicatos dos Metalúrgicos de São Paulo e ABC para o mapeamento das instituições, visitas a empresas para agendamento de campanhas, logística e sensibilização de doadores;
- Assessoria de imprensa e relacionamento com agências de publicidade;
- Elaboração de cerimonial e participação em eventos governamentais;
- Comunicação interna.

#### **Outros pontos fortes**

- Criatividade e intuição;
- Facilidade de comunicação e para falar em público;
- Simpatia, dinamismo e ousadia;
- Bom humor e habilidade no trato com os públicos interno e externo;
- Perfil executivo;
- Facilidade de relacionamento com stakeholders e perfil político;
- Facilidade de negociação e mediação.

#### **Outras Atividades**

##### **Corporação Musical Santa Cecília**

##### **Presidente (2008/2010)**

- Rotinas administrativas e administração de recursos financeiros;
- Elaboração de projetos, eventos culturais e geração de conteúdo para captação de recursos junto aos órgãos de incentivo a cultura estaduais;
- Coordenação do Ponto de Cultura Projeto Partitura, vinculado à instituição, junto à Secretaria de Estado da Cultura;
- Trabalho voluntário;
- Assessoria de Imprensa, geração de conteúdo e relacionamento com a comunidade.